

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang dapat menjadi sumber potensial bagi pemasukan pendapatan suatu daerah. Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 mengenai penyelenggaraan kepariwisataan, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kota Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu kota destinasi wisata bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal tersebut didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung tahun 2015 yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan di Kota Bandung selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2012-2014 terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Berikut adalah data perkembangan jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Kota Bandung tahun 2012-2014:

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Di Kota Bandung Tahun 2012-2014

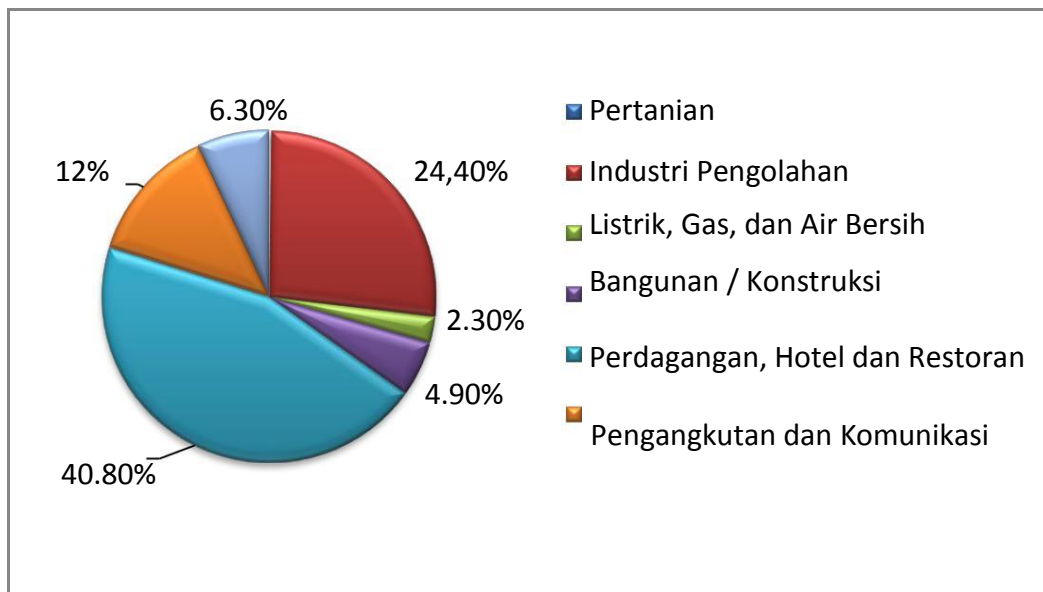
Wisatawan	Tahun 2012	Tahun 2013	Progress (%)	Tahun 2014	Progress (%)
M mancanegara	158.848	170.982	0,07	176.487	0,03
Domestik	3.354.857	3.726.447	0,1	4.242.294	0,12
Jumlah	3.513.705	3.897.429	0,17	4.418.781	0,15

Sumber: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Badan Pusat Statistik, 2015 (www.ppid.bandung.go.id)

Berdasarkan Tabel 1.1 pada halaman sebelumnya menjelaskan bahwa wisatawan mancanegara dan domestik di Kota Bandung tahun 2012-2014 menunjukkan peningkatan disetiap tahunnya. Jumlah wisatawan mancanegara dan domestik ditahun 2012 tercatat sebanyak 3.513.705 wisatawan dan mengalami peningkatan sebesar 11% pada tahun 2013 menjadi 3.897.425 wisatawan. Kemudian di tahun 2014 mengalami peningkatan kembali sebesar 13,5% menjadi 4.418.781 wisatawan. Rata-rata pertumbuhan wisatawan mancanegara dan domestik di Kota Bandung tahun 2012-2014 yaitu sebesar 12,25% setiap tahunnya.

Pertumbuhan jumlah wisatawan di Kota Bandung perlu mendapatkan perhatian lebih dari Pemerintah Kota Bandung karena sektor pariwisata merupakan salah satu jenis industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan menjadi sumber potensial bagi pemasukan pendapatan daerah. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam kurun lima tahun terakhir pertumbuhan perekonomian Kota Bandung terus meningkat. Peningkatan tersebut secara signifikan dikontribusi oleh sektor ekonomi kreatif beserta sector sector pendukung lainnya.

Industri food and beverages atau penyedia makanan dan minuman merupakan salah satu sektor pariwisata yang memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian di Kota Bandung. Hal tersebut di dukung oleh data dari Portal Data Indonesia tahun 2015 dimana sektor perdagangan, hotel dan restoran berperan memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian Kota Bandung. Berikut adalah kontribusi laju pertumbuhan berbagai sektor bagi perekonomian Kota Bandung tahun 2012:



Gambar 1.1

Kontribusi Berbagai Sektor Bagi Perekonomian Kota Bandung

Sumber : Rancangan Pembangunan Kota Bandung 2014-2018 (perpustakaan.bappenas.go.id)

Dari Gambar 1.1 mengenai kontribusi berbagai sektor perekonomian kota Bandung menunjukkan bahwa terdapat tujuh sektor yang berkontribusi bagi perekonomian kota Bandung. Kontribusi terbesar bagi perekonomian kota Bandung didominasi oleh sektor perdagangan, hotel, dan restoran yaitu sebesar 40,8%. Selanjutnya disusul oleh sektor industri pengolahan yang menyumbang 24,40%. Sektor berikutnya adalah pengangkutan dan komunikasi dengan menyumbang 12%. Lalu sektor pertanian yang menyumbang 6,30%. Dan terakhir ada sektor bangunan dan sektor listrik, air, gas yang menyumbang masing – masing 4,90% dan 2,30%. Dalam rangka mewujudkan visi kota Bandung yang unggul, nyaman dan sejahtera melalui misi pembangunan ekonomi yang kokoh, maju dan berkeadilan. Dinas koperasi UKM dan perindustrian perdagangan kota Bandung sebagai salah satu perangkat daerah memprediksi kota Bandung akan menjadi kekuatan ekonomi baru baik ditingkat regional maupun nasional.

Maka dari itu untuk mencapai kekuatan ekonomi baru ditingkat regional maupun nasional diperlukan perencanaan, pengaturan dan pengawasan, dengan mengacu kepada peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 54 tahun 2010 tentang penetapan rencana strategis dinas koperasi UKM dan perindustrian perdagangan kota Bandung nomor 25 pasal 19 tahun 2004. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian kota Bandung tercermin dari banyaknya jenis usaha seperti distro, *clothing*, dan kuliner yang membuat kota Bandung dijadikan sebagai kota destinasi wisata belanja serta wisata kuliner.

Wisata kuliner adalah salah satu daya tarik yang ditawarkan oleh kota Bandung. Pilihan kuliner yang ada di ibu kota Provinsi Jawa Barat ini sangatlah beragam. Wisata kuliner di Kota Bandung kini terus berkembang secara variatif. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis Restoran dan rumah makan yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis makanan. Banyaknya jumlah Restoran dan rumah makan di Kota Bandung menyebabkan persaingan yang semakin ketat serta menuntut setiap pelaku usaha bisnis kuliner untuk menjadi penyedia jasa yang baik agar dapat menguasai pangsa pasar dan mengoptimalkan profit perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jenis restoran dan rumah makan yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis makanan. Usaha jasa makanan yang dimaksud meliputi : *Restauran*, rumah makan, kafe, kafe waralaba, bar di hotel berbintang, pusat penjualan makanan dan minuman, jasa boga, dan usaha jasa bisnis makanan dan minuman lainnya yang ditetapkan oleh walikota (www.kemendagri.go.id). Berikut adalah data jumlah usaha Restoran di Kota Bandung tahun 2008-2014:

Tabel 1.2
Jumlah Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung
Tahun 2008-2014

No	Tahun	Jumlah Restoran dan Rumah Makan	Persentase Kenaikan
1	2008	415	2,89
2	2009	431	3,85
3	2010	439	1,85
4	2011	512	16,62
5	2012	543	6,05
6	2013	629	15,83
7	2014	653	3,81

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2014

Dari Tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung dari tahun 2008 sampai 2014. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa persaingan di bidang kuliner sangat ketat, yang dapat kita lihat dari terus bertambahnya jumlah restoran dan rumah makan yang tersebar di kota Bandung setiap tahunnya. Restoran, Rumah Makan, dan Cafe terus mengalami peningkatan yang signifikan baik dari jumlah unit dan tingkat kunjungan, yang disebabkan faktor tingkat kunjungan wisatawan yang mengalami peningkatan terus setiap tahunnya. Usaha restoran dan rumah makan di kota Bandung banyak menawarkan beragam jenis makanan. Kategori restoran dan rumah makan tersebut diantaranya *Sundanese cuisine, Indonesian cuisine, Asian cuisine, European and western cuisine, bar and cafe, dan fast food*. Menurut data dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung. Pemerintah kota Bandung mempunyai 590 buah restoran yang terdaftar dengan berbagai kategori. Berikut adalah kategori dan jumlah restoran di kota Bandung:

Tabel 1.3
Kategori Dan Jumlah Restoran Di Kota Bandung

No	Kategori	Jumlah
1	Restoran Sunda	74
2	Restoran Indonesia	179
3	Restoran Asia	80
4	Restoran Eropa	115
5	Bar & Café	110
6	Restoran Siap Saji	32
Total		590

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung 2013

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas persaingan pada restoran Eropa sangat tinggi, bisa dilihat dalam tabel di atas kategori restoran pertama yang paling banyak terdapat di kota Bandung adalah jenis restoran Indonesia yaitu sebanyak 179 buah dan restoran Eropa menempati jumlah terbanyak ke dua dengan jumlah 115 buah restoran di kota Bandung. Berdasarkan data yang didapat dari Duane E. Knapp dalam jurnal Lili adi Wibowo (2006:5) menyatakan bahwa setiap restoran dituntut menerapkan strategi diferensiasi secara unik, untuk membedakan satu restoran dengan restoran lainnya, dalam upaya menciptakan keunggulan yang berkesinambungan. Keaneka ragaman kuliner tersebut menjadi objek wisata yang sangat potensial bagi kota Bandung, yang mendorong pertumbuhan restoran yang sangat pesat dari tahun ke tahun.

Banyaknya restoran dan rumah makan yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis makanan khususnya makanan yang berasal dari negara barat yaitu

steak. Makanan yang berasal dari negara barat ini semakin banyak digemari oleh pencinta kuliner oleh masyarakat lokal khususnya masyarakat kota Bandung. Karena cita rasa yang telah disesuaikan dengan lidah orang lokal khususnya pada masyarakat Bandung. Bahkan akhir-akhir ini makanan yang berasal dari negara barat ini semakin eksis dan sangat populer di kota Bandung yang mengakibatkan semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan. Dengan demikian, pada restoran-restoran yang baru bermunculan tersebut banyak yang mengandalkan makanan khas dari negara barat sebagai menu utamanya. Sehingga memotivasi para restoran-restoran lokal di kota Bandung yang berlomba-lomba untuk membuat makanan dari negara barat tersebut dengan banyaknya varian bentuk, varian rasa dan harga yang terjangkau yang bisa untuk semua golongan menikmati dari mulai golongan menengah ke atas sampai dengan golongan menengah kebawah.

Di kota Bandung setidaknya terdapat beberapa restoran yang menawarkan makanan khas Eropa seperti *steak* dengan citarasa yang tinggi dan harga yang menjangkau masyarakat Bandung. Peringkat pertama ditempati oleh Restoran Moo *Steak* dan di posisi terakhir ditempati oleh Restoran Waroeng *Steak & Shake*. Adapun hasil survey ini diukur berdasarkan empat variabel utama, yaitu *food* (tingkat kualitas makanan yang ditawarkan), *service* (tingkat pelayanan yang diberikan), *value* (nilai yang diberikan oleh konsumen) dan *atmosphere* (suasana yang dirasakan konsumen). Berdasarkan hasil survey menurut Info Bandung tahun 2015, Restoran Waroeng *Steak & Shake* menempati peringkat yang paling rendah apabila dibandingkan dengan restoran sejenis lainnya yaitu berada di peringkat terakhir dari 14 restoran *steak* yang ada di Kota Bandung. Data tersebut

menunjukkan bahwa peringkat restoran Waroeng *Steak & Shake* masih berada di bawah restoran sejenis. Berikut adalah daftar restoran yang menawarkan menu makanan *steak* beserta peringkatnya dari 14 restoran dan rumah makan di kota Bandung menurut *survey* info Bandung tahun 2016:

Tabel 1.4
Daftar Restoran *Steak* di Kota Bandung

No	Restoran	Lokasi	Peringkat Restoran
1.	Moo <i>Steak</i>	Jl. Riau No.195	2
2.	Obonk <i>Steak & Ribs</i>	Jl. Dipatiukur No. 83	3
3.	Cikawao <i>Steak</i>	Komp. Cikawao Permai No. 41B Kav 13A	4
4	Double <i>Steak</i>	Jl. Jawa No. 11 / Jl. Talaga Bodas No. 22	9
5.	Karnivor	Jl. Riau No. 127	10
6.	Javan <i>steak</i>	Jl. Sulanjana No.9	11
7.	<i>Happy Cow Steak</i>	Jl Palasari No. 30 / Kadago Food Stall, Jl Juanda 325 Dago Atas	13
8.	Waroeng <i>Steak & Shake</i>	Jl. Tamansari No.54 / Jl. Dipatiukur No.63 / Jl Banteng No.14 / Jl. Kopo Cirangrang 484 / Jl. Lombok No.9 / Jl. Prof. DR. Ir. Sutami No.23 dan Jl. Lengkong Kecil No.21 , Bandung	14

Sumber : www.infobdg.com (2015)

<http://www.infobdg.com/v2/13-tempat-makan-steak-enak-di-bandung/>

Waroeng *Steak & Shake* adalah *Brand* yang cukup ternama untuk usaha kuliner khususnya pada usaha yang menyajikan makanan jenis tersebut. Waroeng *Steak & Shake* tersebut cukup terkenal di masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa. Waroeng *Steak & Shake* berdiri dan dijadikan peluang usaha yang

bagus dikarenakan stigma mahal yang sudah sangat melekat pada masakan Eropa contohnya adalah *steak* hanya bisa dinikmati oleh kalangan menengah ke atas, dari sinilah akhirnya timbul gagasan untuk membuat *steak* dengan harga yang terjangkau oleh kantong mahasiswa.

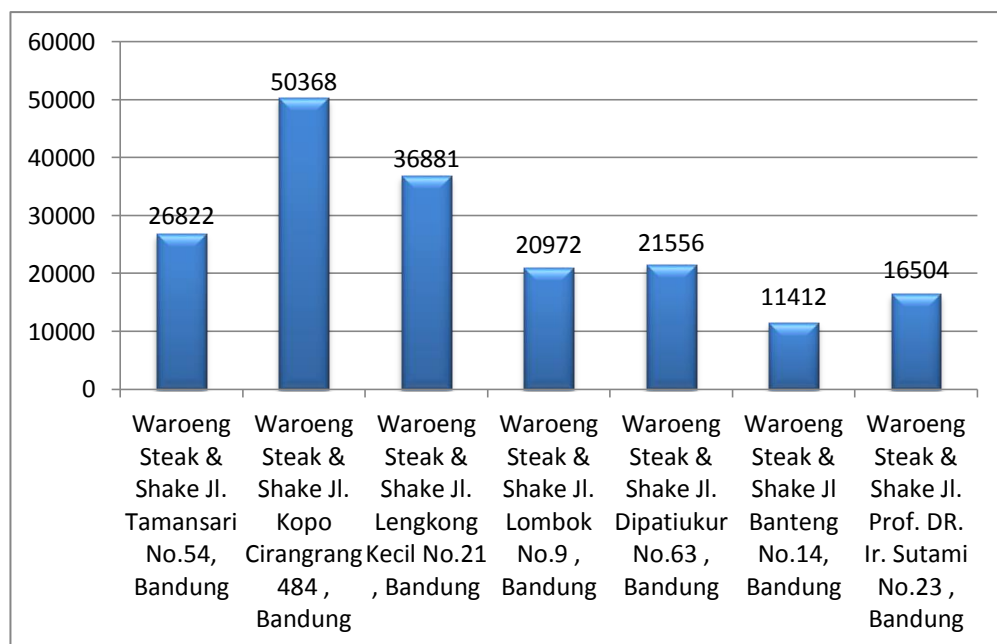
Akhirnya pada tahun 2000 terwujudlah satu outlet di Jl. Cendrawasih demangan Yogyakarta pada pertengahan bulan juni sebagai awal terobosan baru sebuah *steak* yang murah, dengan rasa yang tidak kalah enak dengan *steak* yang dijual mahal. Selain itu kami selalu mengutamakan ke semua bahan-bahan makanan dan semua jenis minuman, dengan bahan-bahan lokal kita mampu menyajikan cita rasa tinggi khas Eropa.

Waroeng *Steak & Shake* awalnya dibuka di Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta yang juga kota mahasiswa. Saat ini Waroeng *Steak & Shake* sudah memiliki banyak gerai, selain di Yogyakarta dan Jakarta ada juga gerai-gerai yang berada di luar kota seperti Jakarta, Malang, Semarang, Bandung, Malang, Bali, Medan, Pekanbaru, Solo, Palembang dan Bogor . Dan umumnya gerai Waroeng *Steak & Shake* berada di sekitar lokasi kampus yang banyak mahasiswa. Pada bagian depan tempat makan ini adalah tulisan “Waroeng *Steak & Shake*“ dengan paduan warna kuning dan hitam, yang menjadikan salah satu ciri dari *brand* tersebut.

Secara keseluruhan, Waroeng *Steak & Shake* memiliki 36 Cabang yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia (Waroeng *Steak & Shake*, 2011). Sedangkan di kota Bandung saat ini terdapat 7 cabang yaitu di Jl. Tamansari No.54, Jl. Dipatiukur No.63, Jl. Banteng No.14, Jl. Kopo Cirangrang 484, Jl. Lombok No.9, Jl. Prof. DR. Ir. Sutami No.23 dan Jl. Lengkong Kecil No.21,

Bandung. Berikut adalah data transaksi Restoran Waroeng *Steak & Shake* yang ada di kota Bandung:

Tabel 1.5
Data Transaksi Restoran Waroeng *Steak & Shake* Bulan Agustus 2016 – Januari 2017



Sumber : Restoran Waroeng *Steak & Shake* Bandung

Berdasarkan data diatas terdapat jumlah transaksi di 7 cabang Restoran Waroeng *Steak & Shake* yang ada di Bandung. Dapat dilihat Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung terdapat jumlah transaksi yang sedikit dengan jumlah 11.412 orang yang bertransaksi diantara 7 cabang lainnya. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Pemasaran Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung pada tanggal 3 Februari 2017 didapat pula nilai penjualan Restoran Waroeng *Steak & Shake*

Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung tersebut sebagai berikut:

Tabel 1.6
Nilai Penjualan Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl Banteng No.14,
Bandung Bulan Agustus 2016 – Januari 2017

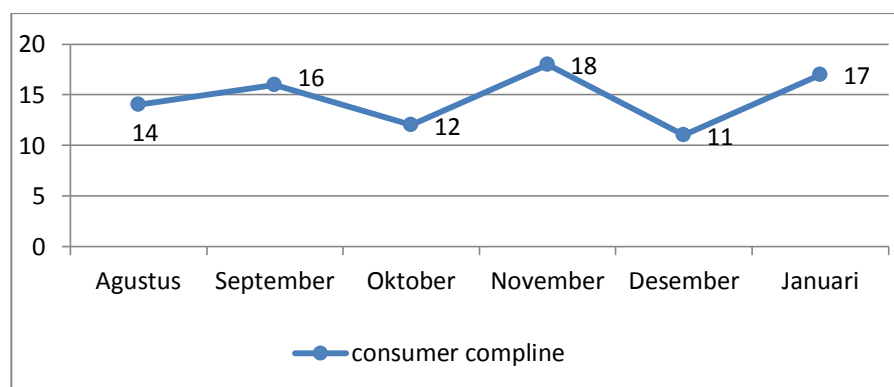
No	Bulan	Pendapatan	Progress %
1	Agustus	406,467,000	-
2	September	376.250.000	-7,43
3	Oktober	255.650.000	-32,05
4	November	325.882.000	27,47
5	Desember	248.591.000	-23,71
6	Januari	118.422.000	-52,36
Total		1.731.262.000	-88,08

Sumber : Data Internal Perusahaan

Pada Tabel 1.6 menunjukkan bahwa penjualan Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung pada bulan agustus 2016 berfluktuatif dan cenderung mengalami penurunan sampai bulan januari 2017.

Hal ini menandakan rendahnya keputusan pengunjung untuk melakukan pembelian di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, konsumen tersebut merasa puas, berperilaku loyal, dan komitmen pada produk tersebut. Demikian juga dengan Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung yang harus berorientasi pada upaya dalam memenuhi

kebutuhan dan keinginan konsumennya agar merasa puas dengan apa yang diberikan oleh Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung. Namun pada kenyataannya membuat para konsumen merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung merupakan hal yang sulit untuk dipraktikkan karena banyaknya kendala – kendala yang terjadi dan juga pada dasarnya setiap konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda – beda. Berikut adalah berbagai hal yang dapat membentuk kepuasan atau ketidakpuasan melalui *consumer complain* pada Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung:



Gambar 1.2

Pengaduan Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake*

Berdasarkan Gambar 1.2 grafik tersebut menjelaskan bahwa keluhan/pengaduan konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung selama bulan agustus 2016 hingga bulan januari 2017 mengalami fluktuasi yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan konsumen dan disebabkan oleh beberapa hal antara lain :

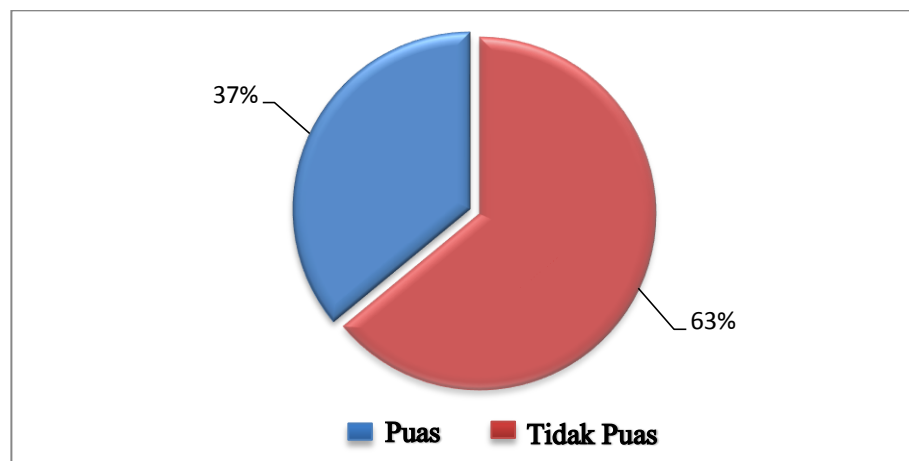
Tabel 1.7
Pengaduan Konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* (Survei
pada Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng
No.14, Bandung)

No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Harga menjadi lebih mahal	<i>Conditionally</i>
2	Harga semakin naik tetapi ketebalan daging semakin menipis	<i>Conditionally</i>
3	Menu Steak ala waroeng terlalu berlebihan memberi tepung	<i>Conditionally</i>
4	Rasa menu minuman tidak standart (kurang manis, kurang dingin)	<i>Conditionally</i>
5	Pelayan sulit dijangkau untuk merespon keluhan konsumen	<i>On Progress</i>
6	Kurang banyaknya pendingin udara (Kipas angin)	<i>On Progress</i>

Sumber :Management Restoran Waroeng Steak & Shake 2016

Berdasarkan Tabel 1.7 menjelaskan bahwa terdapat beberapa masalah yang dikeluhkan konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* mengenai Harga menjadi lebih mahal dan semakin naiknya harga tetapi ketebalan daging semakin menipis, serta menu steak ala warung terlalu berlebihan memberi tepung dan rasa menu minuman tidak standart kurang manis dan dingin dirasa, Pelayan sulit dijangkau konsumen untuk berkomunikasi mengenai keluhan yang akan disampaikan, suasana yang dirasa panas membuat konsumen kurang nyaman dengan suasana Restoran Waroeng *Steak & Shake*. Maka dengan semua permasalahan yang dikeluhkan konsumen, perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi Restoran Waroeng *Steak and Shake*, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu

dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Restoran Waroeng *Steak and Shake*. Hal ini dilakukan agar konsumen memiliki rasa percaya terhadap Restoran Waroeng *Steak and Shake* dan mau melakukan pembelian kembali di Restoran Waroeng *Steak and Shake* yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan konsumen dan menjadi loyal terhadap Restoran Waroeng *Steak and Shake*. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen pada Restoran Waroeng *Steak & Shake* yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.3

Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.3 pada halaman sebelumnya menyatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap Restoran Waroeng *Steak & Shake* sekitar 37% merasa puas dan sekitar 63% merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Fandy Tjiptono 2010:160). Konsumen dapat

mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut Djoni Wibowo dan Novita Widyastuti Sugeng (2012) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, dan melalui bauran pemasaran dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan atau ketidakpuasan seorang kosumen. Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan Stella Monica, Yulna Dewita Hia, Sumarni (2013) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada bisnis restoran. Melalui kedua penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen potensial perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan pemasarannya disuatu pasar sasaran. Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung. Penelitian pendahuluan tersebut bertujuan untuk

mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah bauran pemasaran. Restoran Waroeng *Steak & Shake* adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang tidak hanya menjual produk tetapi juga memberikan *service* kepada kosumen dalam proses pembelian produk. Hasil penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.8
Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran Jasa di Restoran
Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung

No	Variable	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1	<i>Product</i>	Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> menawarkan banyak pilihan menu baru yang beragam	5	6	10	6	1	30
		Anda mengenal dengan baik produk yang ditawarkan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i>	7	9	13	1	-	30
2	<i>Price</i>	Harga dari menu yang ditawarkan sesuai dengan rasa dari makanan dan minuman yang tersedia.	-	5	12	8	5	30
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	-	8	12	6	4	30
3	<i>Place</i>	Lokasi Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> mudah dijangkau dan strategis	3	16	10	1	-	30

		Lokasi Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.	4	19	6	1	-	30
4	<i>Promotion</i>	Iklan (brosur, internet, dan poster) yang dipakai Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> menarik minat anda.	3	10	9	6	2	30
		Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> sering melakukan promosi penjualan (kupon, voucher, bazar, dan pameran dagang)	2	6	16	5	1	30
		Anda datang ke Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> karena rekomendasi dari teman	10	12	8	-	-	30
5	<i>People</i>	Karyawan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> selalu berpenampilan rapih	-	6	16	8	-	30
		Karyawan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> mampu mengatasi keluhan konsumen	-	7	11	2	10	30
		Karyawan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> sangat handal dalam memberikan pelayanan	-	9	13	3	5	30
6	<i>Process</i>	Proses pemesanan di Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> sangat cepat	2	10	14	4	-	30
		Proses penyajian makanan dan minuman tertata sesuai dengan gambar yang tersedia dalam buku menu.	1	16	10	3	-	30
7	<i>Physical Evidence</i>	Lingkungan Restoran Waroeng <i>Steak & Shake</i> bersih dan nyaman.	3	9	14	2	-	30
		Tata letak dan desain interior Restoran Waroeng <i>Steak & shake</i> unik, nyaman, dan menarik.	4	8	11	5	2	30

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian (2017)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada tabel 1.8 terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* yaitu harga dan *people*. Harga yang ditawarkan Restoran Waroeng *Steak & Shake* masih kurang sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Harga dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai. Apabila produk menerapkan harga yang tinggi maka konsumen pun memiliki persepsi dan harapan yang tinggi pula. Manfaat yang diterima harus melebihi harapan konsumen karena jika tidak, maka konsumen akan merasa kurang puas. Restoran Waroeng *Steak & Shake* harus melakukan perubahan strategi, misalnya dengan cara melakukan evaluasi mengenai harga yang ditawarkan oleh pihaknya apakah telah sesuai dengan pangsa pasar, sejauh mana keragaman produk-produk yang ditawarkannya mampu menarik minat beli konsumen. Hubungan harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Albertus Ferry Rostya Adi (2012) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pendahuluan penelitian menunjukkan selain harga, faktor lainnya adalah *people*. Pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran semestinya melebihi pelayanan yang diharapkan konsumen dan hal itu berlangsung pada saat konsumen sedang menikmati pelayanan hingga sesudah terjadi transaksi. Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Felita Sasongko dan Hartono Subagio (2015) dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga dan *people* yang diterapkan di Restoran Waroeng *Steak & Shake* dianggap kurang maksimal. Harapan konsumen terhadap pelayanan dan harga

yang ditetapkan pihak restoran dengan kinerja restoran tidak berbanding lurus dan hal itu menyebabkan tingkat kepuasan konsumen masih rendah. Hubungan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Tiara Wijayanti (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topic penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga dan *People* Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl. Banteng No.14, Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Jika identifikasi dan rumusan masalah sudah dilakukan maka tujuan, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan metode penelitian dapat dilakukan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan bisnis kuliner di kota Bandung yang semakin meningkat
2. Bertambahnya jumlah restoran dan rumah makan setiap tahunnya
3. Ketatnya persaingan di antara rumah makan sejenis

4. Peringkat Restoran Waroeng *Steak & Shake* berada di posisi paling terakhir dibandingkan restoran sejenis yang dinilai berdasarkan jenis makanan yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, nilai dari pelanggan, dan suasana restoran
5. Terdapat jumlah transaksi yang sedikit di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung diantara Restoran Waroeng *Steak & Shake* cabang lain yang ada di Bandung
6. Pendapatan Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung mengalami fluktuasi
7. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa harga produk yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk dan pelayan yang didapatkan
8. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa *people* yang diberikan Restoran Waroeng *Steak & Shake* masih kurang maksimal dalam memberikan kepuasan konsumen
9. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa rendahnya kepuasan konsumen yang berdampak pada tingkat penjualan Restoran Waroeng *Steak & Shake* yang berfluktuatif cenderung mengalami penurunan selama bulan Agustus 2016 – Januari 2017

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan oleh

Restoran Waroeng *Steak & Shake*.

2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai SDM (*people*) yang terdapat di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Restoran Waroeng *Steak & Shake* secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian di Restoran Waroeng *Steak & Shake* adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai Harga yang ditawarkan Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
2. Tanggapan konsumen mengenai SDM (*people*) yang terdapat di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan di Restoran Waroeng *Steak & Shake*.
4. Besarnya pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake*, baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan dapat berguna juga bagi mereka yang membacanya terutama berkaitan dengan harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima selama perkuliahan.
2. Untuk memberikan sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman langsung yaitu penelitian di bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan harga dan *people* terhadap kepuasan konsumen di Restoran Waroeng *Steak & Shake* Cabang Jl.Banteng No.14, Bandung.